

The Representation of Iranian Adolescent Identity on the Instagram Social Network

Fatemeh Mohammadi Zadeh¹

Seyyed Mohammad Mahdizadeh Taleshi²

(Received on: 2023-11-09; Accepted on: 2024-01-31)

Abstract

With the widespread adoption of virtual social networks and the intertwining of the concept of “self” with them, the methods of identity construction during adolescence have undergone transformation. These networks have become tools for the representation of the “self”. This research examines how the dimensions and components of identity and the media body of adolescent users are represented. For this purpose, the profiles, posts, stories, and highlights shared on 35 pages belonging to Iranian adolescents were analyzed using Barthes’ semiotic method. The findings of this research indicate that self-expression has taken on a performative form, and expressing identity through “self-display” is the dominant mode of identity representation on adolescent Instagram pages, with other types of identity emerging through it. Adolescents have expressed their authenticity and ethnic identity through clothing, music, poetry, and language. Their interest in historical places, traditional instruments and melodies, poems by prominent Iranian poets, and overall Iranian culture and art indicates the territorial dimension of national identity. The androgynous appearance of boys, the seductive poses of girls, and taking stances on the social conditions of women point to gender identity. On Instagram, the display and objectification of the body, influenced by capitalist ideology and views on women influenced by radical feminist ideology, have taken on a mythological form. However, although nationalism and ethnicism have used the Instagram platform for their emergence and reinforcement, they have not become universal or naturalized trends. Overall, with photography being directed towards presenting a narrative of life, a space has been created for Iranian adolescents to construct fluid visual identities.

Keywords: Adolescence, Identity, Instagram, Semiotics, Myth, Barthes.

1. PhD in Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba’i University, Tehran, Iran
(Corresponding Author). Email: fa.mohamadizade@gmail.com

2. Associate Professor of Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba’i University, Tehran, Iran. Email: m.mahdizadeh@atu.ac.ir

بازنمایی هویت نوجوانان ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام

فاطمه محمدی زاده^۱، سید محمد مهدی زاده طالشی^۲

[تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۱۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۱]

چکیده

بافراگیر شدن شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیوند یافتن مفهوم «خود» با آنها، شیوه‌های برساخت هویت در دوره نوجوانی دستخوش دگرگونی شده است و این شبکه‌ها به ابزارهایی برای بازنمایی «خود» تبدیل شده‌اند. در پژوهش حاضر چگونگی بازنمایی ابعاد و مولفه‌های هویت و بدن رسانه‌ای کاربران نوجوان، بررسی شده است. بدین منظور پروفایل‌ها، پُست‌ها، استوری‌ها و هایلایت‌های به اشتراک گذاشته شده در ۳۵ صفحه متعلق به نوجوانان ایرانی، با استفاده از روش نشانه‌شناسی بارت تحلیل شده‌اند.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که خودبیانگری، صورتی نمایشی یافته و ابراز هویت از طریق «نمایش خود»، شکل غالب بازنمایی هویت در صفحات نوجوانان اینستاگرامی است و دیگر انواع هویت از طریق آن بروز یافته‌اند. نوجوانان از طریق پوشش، موسیقی، اشعار و زبان، اصالت و هویت قومی خود را ابراز نموده‌اند. علاقه آنها به اماکن تاریخی، سازها و نواهای وطنی، اشعار شاعران برجسته ایرانی و در مجموع فرهنگ و هنر ایرانی، نشان‌دهنده بُعد سرزمینی هویت ملی است. چهره و ظاهر زنانه پسران، ژست‌های اغواگرانه دختران و موضع‌گیری در خصوص شرایط اجتماعی زنان بر هویت جنسی دلالت می‌کنند. در اینستاگرام نمایش و ابژه شدن بدن، تحت تأثیر ایدئولوژی سرمایه‌داری و نگاه به جنس زن متأثر از ایدئولوژی فمینیسم رادیکال، صورتی اسطوره‌ای یافته‌اند؛ اما ملی‌گرایی و قومیت‌گرایی هرچند از بستر اینستاگرام برای ظهور و تقویت خود استفاده نموده‌اند، به روندهایی عام و طبیعی تبدیل نشده‌اند. در مجموع با جهت‌دهی عکاسی به سمت ارائه روایتی از زندگی، فضایی برای خلق هویت‌های تصویری سیال برای نوجوانان ایرانی شکل گرفته است.

کلیدواژه‌ها: نوجوانی، هویت، اینستاگرام، نشانه‌شناسی، اسطوره، بارت.

۱. دکترای تخصصی علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

fa.mohamadizade@gmail.com

۲. دانشیار علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران m.mahdizadeh@atu.ac.ir

مقدمه

امروزه مفهوم «خود» با فناوری‌های جدید تصویری پیوند و توسعه یافته و باشیوه‌های عملکرد آنها آمیخته شده است. فناوری‌ها به منزله بخشی از بدن زیسته به ابزارهایی برای بازنمایی خود تبدیل و سبب ایجاد شور و هیجان برای ثبت و ضبط خود و محیط اطراف کاربران در حالت‌های ثابت و متحرک شده‌اند و گسترش رسانه‌های جدید موجب شکل‌گیری گرایش‌های متکثر و متنوع قومی، ملی، فراملی و بازاندیشی در هویت‌های سنتی شده است. تغییرات سریع فناوری‌های جدید ارتباطی با تحولات نوجوانی که دوره شکل‌گیری شخصیت و هویت است، همراه شده‌اند و پیامدهای شگرفی را در شیوه زندگی و تعاملات روزمره آنان پدید آورده است.

نوجوانان امروزی از کودکی با رایانه شخصی، اینترنت و تلفن همراه سروکار دارند؛ به گونه‌ای که از نام‌هایی مانند بومیان دیجیتال، نسل هزاره، نسل شبکه و... برای نامیدن آنها استفاده می‌شود. هرچند این اصطلاحات تداعی‌کننده نوعی جبرگرایی فناورانه هستند، اما می‌توانند نشان‌دهنده اهمیت آنها در زندگی نوجوانان امروزی باشند.

ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی، به وجودآورنده آزادی و رهایی از مرزهای محدودکننده متعارف اجتماعی و قدرت بخشی برای نوجوانانی است که در جهان واقعی امکان دست‌یابی به آن را ندارند. آنان شیوه‌های جدیدی از هویت‌یابی را در شبکه‌های اجتماعی به کار می‌گیرند و از طریق به اشتراک‌گذاری احساسات، هیجان‌ها و حوادث زندگی روزمره‌شان و دریافت پسندها و نظرات دیگران، به فهمی نواز خود، دیگران و جهان پیرامون خود دست می‌یابند.

از نظر تورکل، پروفایل‌سازی برای نوجوانان روشی برای ساخت هویت است. آنها از این طریق شخصیت خود را شکل می‌دهند و احساس می‌کنند در فضای آنلاین بهتر عمل می‌کنند؛ زیرا همه چیز را برای ارائه خود تحت کنترل دارند. «اریکسون می‌گفت بازی با هویت کار

دوران نوجوانی است و امروزه نوجوانان از محتوای غنی زندگی آنلاین برای این کار استفاده می‌کنند» (تورکل، ۱۳۹۸ ه.ش، ص ۲۸۸). سیبل نیز اشاره می‌کند اینستاگرام این پتانسیل را دارد که نقش مهمی در ساخت و ارائه هویت کاربران داشته باشد. (Seibel, 2019, p 20)

هدف پژوهش حاضر، بررسی چگونگی بازنمایی مؤلفه‌ها و ابعاد متفاوت هویت در صفحات شخصی نوجوانان اینستاگرامی است. بدین منظور با تحلیل نشانه‌شناختی متون به اشتراک گذاشته شده توسط آنان، شیوه‌های ارائه خود و بدن رسانه‌ای‌شان بررسی شده است.

پیشینه پژوهش

بررسی پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد بیشتر پژوهش‌ها درباره نوجوانان و شبکه‌های اجتماعی، از نوع مخاطب پژوهی و هدف آنها، تحلیل تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر نوجوانان بوده است. در این باره می‌توان به پژوهش‌های مارکوزه و همکارانش (۲۰۲۲) با عنوان «نوجوانان به مثابه متصدیان: مدیریت رسانه‌ای شده دیجیتال خود در اینستاگرام»، لیوینگستون و سافت‌گرین (۲۰۱۸) در کتاب کلاس: زندگی و یادگیری در عصر دیجیتال، احدزاده و امامی رودسری (۱۳۹۵) با موضوع ایماژ منفی بدن، اطهری و یغموری (۱۳۹۵) درباره تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تعاملات اجتماعی نوجوانان دختر، فرقانی و مهاجری (۱۳۹۷) پیرامون رابطه میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله، نوری‌راد و خانیکی (۱۴۰۰) با موضوع رابطه نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی نوجوانان اشاره کرد.

کیا و نیکبخش (۱۴۰۲) به منظور گونه‌شناسی الگوهای فرهنگی رایج در کنش‌های کاربران اینستاگرام، رفتار ارتباطی آنان را در تعاملات درون شبکه‌ای و بازنمود زندگی روزمره‌شان مردم‌نگاری کرده‌اند. برخی پژوهش‌ها هویت کاربران و بازنمایی بدن رسانه‌ای آنان را با تحلیل

محتوای به اشتراک گذاشته شده در شبکه های اجتماعی بررسی کرده اند که از آن جمله می توان به پژوهش های ای. جی. دی بیج دواته و همکارانش (۲۰۲۳) با عنوان «هویت قومی - نژادی و دیجیتالی شدن نمایش خود: تجزیه و تحلیل محتوای اینستاگرام در مقیاس بزرگ»، نیلسون (۲۰۱۶) درباره شیوه های خودابرازی جوانان با توجه به جنسیت، تفاوت ها و تمایلات آنان، راودراد و گیشنیزجانی (۱۳۹۶) پیرامون چگونگی بازنمود بدن رسانه ای کاربران اینستاگرام و بصیریان جهرمی و نحوی نظام آبادی (۱۳۹۵) با موضوع عناصر بازنمایی هویت آنلاین کاربران پرتعداد ایرانی در اینستاگرام اشاره کرد که تمرکز بر کاربران نوجوان نداشته اند.

پژوهش حاضر شیوه های بازنمایی هویت نوجوانان را از طریق تحلیل نشانه شناختی عکس ها، فیلم ها و متون نوشتاری به اشتراک گذاشته شده در شبکه اجتماعی اینستاگرام، تحلیل و بررسی می کند.

چارچوب نظری پژوهش

در این بخش، رهیافت ها و چشم اندازهای نظری پیرامون شبکه اجتماعی اینستاگرام و ابعاد و مؤلفه های هویت مرور می شوند.

شبکه اجتماعی اینستاگرام: واژه اینستاگرام بر سرعت، تصمیم و اقدام سریع اشاره دارد. اینستاگرام شبکه ای اجتماعی است که کوین سیستروم و مایک کرایگر در سال ۲۰۱۰ بنیان گذاری کردند و سکویی محبوب برای به اشتراک گذاری عکس و ویدئو از طریق پست، استوری، هایلایت و پخش زنده است.

استوری از جذاب ترین امکاناتی است که اینستاگرام به کاربرانش عرضه کرده است و گذرابودن را می توان ویژگی اصلی آن دانست. استوری با تأکید بر زمان حال از ماهیتی پویا و زنده برخوردار و بستری برای نمایش زندگی روزمره کاربران و به اشتراک گذاری رویدادها در همان زمان وقوع آنهاست.

از نظر ابراهیم (۱۴۰۰)، سکوه‌های شبکه‌های اجتماعی با عرضه امر پیش‌پاافتاده و نمایش «خود» از طریق کردارهای زندگی روزمره، ابزارهای جدید روایتگری و تصویرگری «خود» را از طریق نگاه خیره دیگران فراهم می‌آورند. پروژهٔ برساخت «خود برخط»، مستلزم به اشتراک‌گذاری اوقات خلوت و خصوصی ما با معنایی درک شده از مخاطبانی است که مشتاق مصرف خود هستند؛ خودی که به واسطه تجارب روزمره‌اش ساخته شده است. در نتیجه ما بازنمایی زندگی روزمره را به محتوایی حیاتی برای مصرف در فضاهای برخط تبدیل کرده‌ایم» (ابراهیم، ۱۴۰۰ ه.ش، ص ۴۵).

اینستاگرام از یک اپلیکیشن، یک پلتفرم یا حتی جواهری در خانواده فیس‌بوک فراتر است. اینستاگرام یک شمایل و یک تجسم است که می‌توان با آن فرهنگ‌های رسانه‌های اجتماعی دیداری را درک و در آنها کاوش کرد؛ چه این فرهنگ‌ها در خود اینستاگرام باشند و چه آنکه جهان مادی به شیوه‌های فراوان کوشیده باشد با بازطراحی کنش‌ها، نهادهای فرهنگی و فضاهای مادی‌اش، لایق اینستاگرام شود (لیور و همکاران، ۱۴۰۰ ه.ش، ص ۱۵). در شبکه اجتماعی اینستاگرام «خود» در حالی که تصویری و بصری شده است، شکلی بی‌ثبات، سیال و متغیر پیدا می‌کند؛ از طریق امکانات فیلترینگ، عکس و ویدئو به راحتی پالایش و وارد قلمروهای زیبایی شناختی می‌شود.

شوارتز بیان می‌کند سکوهایی مانند اینستاگرام نشان‌دهنده تغییر از عکس گرفتن از دیگران برای مصرف خود، به عکس گرفتن از خود برای مصرف دیگران است. اگر این تغییر را در نظر بگیریم، می‌توانیم ببینیم که چگونه اینستاگرام خودنمایی را به شیوه‌های خاص شکل می‌دهد، آن‌گونه که می‌تواند شدیداً تبدیل به سبک شود و از نظر زیبایی‌شناسی برای طیف وسیعی از مخاطبان دلپذیر باشد؛ چیزی که بلاگرها مطابق با آن عمل می‌کنند. همان‌طور که بکر بیان می‌کند، متون تصویری اهمیت سیاسی و اجتماعی دارند؛ زیرا آنها می‌توانند ایدئولوژی‌ها را ساختار دهند و به افراد اجازه دهند تصاویر را با روایت

خود به گردش درآوردند. مشاهدات سوزان سانتاگ (۲۰۰۲) در اینجا به ویژه دربارهٔ روش‌هایی که «خود» همیشه مطابق ترجیحات عکاس ویرایش و دست‌کاری می‌شود، مهم است. در واقع فرهنگ داستان‌گویی بصری اینستاگرام مشاهدات سانتاگ (۲۰۰۲) در جامعه امروز را تقویت می‌کند؛ عکاسی به دلیل داشتن مشارکت، به یکی از اصلی‌ترین وسایل برای تجربه چیزها تبدیل شده است. اگرچه از عکس‌ها همیشه برای بیان هویت استفاده شده است، اما تصاویر معنایی را ایجاد و تولید می‌کنند و سکوهایی مانند اینستاگرام ثابت می‌کنند که چگونه ما از این شبکه‌ها برای نمایش خودمان بیش از هر زمان دیگری استفاده می‌کنیم. (Davise, 2017, p 14)

به عقیده سرافینلی (Serafinelli)، استفادهٔ گسترده از اینستاگرام نشان‌دهندهٔ به وجود آمدن نوعی زیبایی‌شناسی دیداری موبایلی جدید است (Serafinelli, 2018, p 8). اینستاگرام محملی برای تسریع روند تصویری شدن فرهنگ امروز به شمار می‌رود. غنای دیداری شبکه اجتماعی اینستاگرام موجب شده است «خود» به صورت امری دیداری بازنمایی شود و فرایند معناسازی از کیستی افراد، جنبه تصویری و تماشایی بیابد.

مارشال مک‌لوهان رسانه‌ها را به مثابهٔ امتداد بدن انسان تعبیر می‌کند و رسانه‌ای را که در رفتارهای روزمره به کار می‌رود، بر روی اعمال انسانی مؤثر می‌داند. ون‌دایک (Van Dijck) ضمن گسترش افق‌های فکری مک‌لوهان، تأکید ویژه‌ای بر توسعه خاطرات فرهنگی شخصی و افراد در جایگاه «تولیدکنندگان فعال و جمع‌آوری‌کنندگان خاطرات واسطه‌ای» می‌کند (Van Dijck, 2007, P 49). ون‌دایک (۲۰۱۳) به تأسی از گافمن در نظریه «نمایش خود»، چگونگی مراقبت کاربران از شیوهٔ ارائه خود در اینترنت را با توجه به مخاطبان خاص توصیف می‌کند. او تفاوت‌های موجود بین «اظهار خود» در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و «ارتقای حرفه‌ای خود» در لینکدین را نشان می‌دهد. در هر دو مورد، وی اصول مشابه «اتصال و روایت برای برآورد نمایش شخصیت ترکیبی» را تشخیص می‌دهد (Van Dijck, 2013, P 200).

به زعم ون دایک، «چرخش اتصال» در رسانه‌های اجتماعی با تغییر قابل ملاحظه‌ای در ساماندهی سکوها از ساختار پایگاه داده به ساختار روایی ناشی می‌شود (Van Di-jck, 2013, P 203). در فیس‌بوک به عنوان یک شبکه اجتماعی، «اظهار خود» به همراه به اشتراک‌گذاری خاطرات و احساسات مشاهده شده و داستان کاربران بازگو می‌شود. با توجه به نظریه ون دایک، اصل داستان‌پردازی در فیس‌بوک مورد توجه قرار می‌گیرد و کاربران از آن برای خودبیانگری به صورت آنلاین از طریق مطالب دیداری که با سایر کاربران به اشتراک می‌گذارند، استفاده می‌کنند.

اینستاگرام متفاوت از فیس‌بوک (خودبیانگری)، لینکداین (ارتقای خود) و سایر سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، تقریباً به صورت انحصاری از عکس‌ها برای ساخت و افشای هویت شخصی استفاده می‌کند. به پیروی از ون دایک (۲۰۱۳)، یک گونه‌شناسی متفاوت از ساخت هویت در اینستاگرام پیش‌بینی می‌شود. متفاوت از کاربران فیس‌بوک که در درجه اول به دنبال دوستی و روابط عاشقانه هستند، در اینستاگرام استفاده از عکس‌ها بیشتر به زندگی روزمره کاربران به مثابه ترکیبی از احساسات، وقایع، سرگرمی‌ها و قضاوت‌ها مرتبط است. ترکیب عکس و ساخت هویت، اینستاگرام را در جایگاه واسطه‌ای در نظر می‌گیرد که در آن کاربران با استفاده از اشتراک عکس، هویت خود را برمی‌سازند و افشا می‌کنند؛ جایی که می‌توان کل جریان عکاسی را روایتی روان از فرد تعبیر کرد (Serafinelli, 2015, P 219).

مارکوزه و همکارانش اذعان می‌کنند به اشتراک‌گذاری محتوا در اینستاگرام و یوتیوب بخش مهمی از زندگی روزمره نوجوانان و محوری برای تعاملات آنلاین آنهاست. نوجوانان از طریق این سکوها خود را به بهترین شکل ممکن معرفی می‌نمایند و برای ساختن یک هویت آنلاین و برند شخصی تلاش می‌کنند (Márquez & etc, 2020, P 160).

هویت: واژه هویت یا همان الهویه ریشه عربی دارد که از «هو» یعنی «او» که ضمیر غایب مفرد مذکر است، مشتق شده است و به معنای یکی بودن با ذات است. در فرهنگ لغات انگلیسی آکسفورد، واژه هویت یا "Identity" ریشه در "Identitas" دارد و از "Idem" یعنی مشابه و یکسان مشتق شده که دارای دو معنی اصلی است؛ یکسانی اجسام و یکپارچگی و پیوستگی در طول زمان که پایه‌ای است برای تثبیت و درک تعین و تمایز یک چیز. مفهوم هویت دربرگیرنده ترکیبی از تشابه و تمایز است و افراد از طریق ایجاد شباهت با مواردی و تمایز با مواردی دیگر به تعریفی از هویت خود دست می‌یابند. همچنین هویت ناظر به پرسش هر فرد پیرامون کیستی خود است و هویت یابی فردی و اجتماعی افراد از طریق پاسخ به این پرسش شکل می‌گیرد. از نظر استوارت هال، هویت به طور کامل در ویژگی‌های خود، فرهنگی محسوب می‌شود و خارج از بازنمایی گفتمان‌های فرهنگی وجود ندارد. هویت امر ثابتی نیست که به ما تعلق داشته باشد، بلکه در حال سیورورت است (بارکر، ۱۳۹۱ ه.ش، ص ۴۳۹). فرایندهای بازنمایی صرفاً پیوندها، روابط و هویت‌ها را مشاهده‌پذیر نمی‌کنند، بلکه به ایجاد آن پیوندها، روابط و هویت‌ها نیز می‌پردازند. به بیان دیگر، بازنمایی فقط درباره جایگزینی و تکرار نیست، بلکه درباره شکل دادن است. درواقع بازنمایی هم جهان و هم شیوه‌های حضور ما در جهان و جوامع را شکل می‌دهد و تحقق می‌بخشد (Webb, 2009, P10).

گیدنز نیز مانند هال نگاهی فرایندی و پروسه‌ای به برساخت هویت دارد. هویت به عقیده گیدنز، مجموعه‌ای از ویژگی‌های متعلق به ما نیست. هویت نه چیزی است که ما دارای آن باشیم و نه چیزی است که بتوانیم به آن اشاره کنیم، بلکه شیوه‌های اندیشیدن درباره خودمان است؛ تفکر ما درباره آنچه هستیم (بارکر، ۱۳۹۱ ه.ش، ص ۶۳۹).

وجود جامعه، گروه‌ها و دیگری برای هویت‌یابی آن قدر اهمیت دارد که هویت‌یابی فردی بدون دیگری و تعاملات متقابل ممکن نیست. فرایند معناسازی و هویت‌یابی بر اساس

مجموعه‌ای از عوامل و ویژگی‌های فرهنگی انجام می‌پذیرد (لالر، ۱۳۹۴ ه.ش، ص ۱۹). فرهنگ مشترک، تعالیم مذهبی، تعلق به گروه خانوادگی، سرزمین، ملیت، تاریخ، زبان، قومیت و روایت‌های شخصی زندگی فرد، جملگی از عوامل شکل‌دهنده هویت انسانی هستند (لالر، ۱۳۹۴ ه.ش، ص ۹).

معنای واژه «خود» موازی معنای عمومی «هویت» است که ناظر بر ویژگی‌های شباهت، تفاوت، بازانديشانه‌بودن و فرايندي‌بودن است (جنکینز، ۱۳۸۱ ه.ش، ص ۴۹). از نظر تامپسون، در عصر حاضر «خود» دگرگون شده و شرایط شکل‌گیری آن تغییر کرده است. تامپسون به خود نه به مثابه محصول یک سیستم نمادین خارجی و نه یک وجود ثابت که فرد می‌تواند بلافاصله و به طور مستقیم به چنگ آورد، می‌نگرد: «خود یک طرح نمادین است که فرد فعالانه می‌سازد. این طرحی است که فرد از مواد نمادینی که در دسترس اوست می‌سازد؛ موادی که فرد به صورت شرحی منسجم از خود، داستانی از هویت خود ارائه می‌دهد» (تامپسون، ۱۳۷۹ ه.ش، ص ۲۹۵). تامپسون مطالب نمادین رسانه‌ای شده را شکل اصلی و پایه‌ای مشارکت و درگیری فرد می‌داند که دیگر جنبه‌های زندگی اجتماعی، حول محور آنها سازمان می‌یابند.

پاترسون معتقد است هرچند برخی اشکال هویت، سطحی و سیال هستند و برساخته می‌شوند، اما ثبات و اصالت آن معنادار است؛ «زیرا تلقی ما از اکتساب/ حفظ منزلت و اکتساب/ حفظ هویت شخصی و هویت اجتماعی هم‌زمان بر دو مقوله سیالیت (اینکه هویت را هرطور بخواهیم می‌توانیم تغییر بدهیم) و ثبات (اینکه یک ما یا من فردی وجود دارد که فاعل انتخاب و خواست است) مبتنی است. این دیالکتیک در آگاهی معمولی و روزمره مابی هیچ مشکلی حضور دارد؛ چون ما در اینجا بر مبنای تصویری منسجم و ثابت از خود که در عین حال به مرور زمان دگرگون می‌شود، عمل می‌کنیم» (پاترسون، ۱۳۹۸ ه.ش، ص ۸۹).

ابعاد و مؤلفه‌های هویت: هویت انسان امروزی، مرکب، چندمرکزی، چندلایه و متکثر شده است؛ تا جایی که می‌توان گفت ما با نوعی پلورالیسم هویتی در سطح کلان جامعه‌ای و در درون اشخاص مواجه هستیم. هر فرد به تناسب نقش‌ها و موقعیت‌های مختلف در جامعه، هویت‌های متنوعی دارد؛ همچنان که به دلیل عضویت در گروه‌ها و اجتماعات واقعی یا تصویری گوناگون، هویت‌های جمعی متعدد و چندسطحی دارد؛ به عبارتی انواع گوناگونی از منابع هویت بخش وجود دارد که همگی با هم در شاکله هویتی حضور دارند. هر فردی به طور طبیعی میان چندین گونه تعلق قرار دارد. این سطوح تعلق می‌توانند جهانی، تمدنی، زبانی، دینی، ملی، قومی و منطقه‌ای باشند (حاجیانی، ۱۳۸۸ ه.ش).

هویت دارای مؤلفه‌ها و سطوح مختلفی است که اثرگذاری و وزن متفاوتی در رفتار کنشگران دارند. اولویت و ارجح بودن هر یک از انواع هویت به میزان وابستگی افراد به اجتماعات و گروه‌هایی مرتبط است که به آنها تعلق دارند و هویت‌های چندگانه، انعکاسی از ابعاد متعدد زندگی انسان‌ها هستند. در ادامه مؤلفه‌ها، ابعاد و تعاریف عملیاتی انواع هویت ارائه می‌شوند.

هویت قومی: مجموعه شاخصه‌های یک گروه انسانی از جمله نمادهای مشترک، نژاد مشترک، اسطوره و گویش مشترک و سکونت در یک سرزمین خاص راهویت قومی می‌گویند (باقریان فرو همکاران، ۱۳۹۷ ه.ش، ص ۸۰). هویت قومی، مجموعه خاصی از عوامل عینی و ذهنی فرهنگی و اجتماعی و عقیدتی و نفسانی است که در یک گروه انسانی متجلی می‌شود و آن را از دیگر گروه‌ها متمایز می‌کند (الطائی، ۱۳۸۲ ه.ش، ص ۱۵۸).

کاستلز به رشد هم‌زمان امر جهانی و محلی و گسترش ارتباط هویت‌های فرهنگی خاص با دیگر فرهنگ‌ها و ایده‌ها در فرایند جهانی شدن اشاره می‌کند: «به جای روند تزییدی فرهنگ جهانی همگن، آنچه مشاهده می‌کنیم تنوع فرهنگی تاریخی به منزله رویکرد

مشترک اصلی است؛ یعنی بخش‌بندی شدن به جای همگرایی» (کاستلز، ۱۳۹۳ ه.ش، ص ۱۰۷). به عقیده کاستلز، هویت‌های محلی ارتباط خود با دیگر فرهنگ‌ها و ایده‌ها را گسترش داده‌اند و هویت‌های مختلط را که می‌توانند اندیشه‌های بومی را به صورت جهانی عرضه نمایند، شکل می‌دهند. بنابراین ترکیبی میان امر عام و خاص برقرار می‌شود و هر فرد به منابع غنی برای بر ساخت هویت خود دسترسی می‌یابد و می‌تواند آنها را مطابق میل و سلیقه خود بومی‌سازی کند.

هویت ملی: هویت ملی عبارت است از احساس سر بلندی و غرور و تعلق خاطر نسبت به اجتماع ملی و عناصر آن از قبیل زبان ملی، دین، وطن، آداب و مناسک ملی، مفاخر فرهنگی و ملی، مردم و دولت ملی. هویت ملی افزون بر جنبه احساسی آن، جنبه عملی نیز دارد که شامل تعهد و پایبندی، احساس مسئولیت و وظیفه نسبت به سرنوشت اجتماع ملی، پاسداری از فرهنگ و تاریخ ملی، آمادگی برای دفاع از کشور و ایفای نقش‌های محوله می‌گردد (چلبی، ۱۳۷۸ ه.ش، ص ۸).

هویت ملی و احساس تعلق به آن از دو چیز ناشی می‌شود: ۱: وجود یک واحد سرزمینی شناخته شده؛ ۲: دولت یا نظام سیاسی که رهبری این واحد را بر عهده دارد. تا زمانی که این دو عنصر در جامعه‌ای وجود داشته باشند و به نوعی میان خود و دیگری مرز بندی کنند، هویت ملی نیز شکل می‌گیرد (احمدی، ۱۳۸۸ ه.ش، ص ۶۴).

هویت جنسی یا جنسیتی: به احساس مردانگی یا زنانگی افراد و برداشت شخصی و تصور آنها از خودشان به مثابه یک مرد یا زن اشاره دارد که عوامل زیستی، شناختی و اجتماعی می‌توانند در آن نقش داشته باشند. افزون بر بدن‌های خاص، مردانگی و زنانگی برساخته‌های فرهنگی و موضوع بازنمایی هستند و تحت شرایط تاریخی و فرهنگی، اشکال خاصی پیدا می‌کنند. جنس به مثابه زیست‌شناسی و جنسیت به منزله برساخت فرهنگی هم‌زمان در تفاوت‌های مردانگی و زنانگی بروز پیدا می‌کنند و هویت جنسی شامل

مجموعه‌ای از نگرش‌ها و رفتارها ذیل کلیشه‌های جنسی و جنسیتی است که در تعیین موقعیت فرد در جامعه نقشی اساسی دارد.

هویت جنسیتی به تمایز بین جبر زیستی مردان و زنان از سویی و ساخته شدن اجتماعی هویت‌های مردانه و زنانه از سوی دیگر اشاره دارد. بدین ترتیب برخلاف هویت جنسی که تابع ویژگی‌های ذاتی جنسی و مربوط به نقش کروموزوم‌هاست، هویت جنسیتی تابع تعاریف، قراردادهای، شرایط و ملاحظات فرهنگی است؛ از این رو می‌تواند از فرهنگی به فرهنگی دیگر و از مکانی به مکان دیگر به اشکال گوناگون متجلی شود (ذکائی، ۱۳۸۶ ه.ش، ص ۱۶۴).

هویت نمایشی: از نظر گافمن (۱۹۹۱)، هویت همواره پویا و محصولی اجتماعی است. او هویت و تعاملات متقابل اجتماعی را با توجه به اجرای نمایشی آنها بررسی می‌کند. ایفای نقش برای افراد شخصیتی را شکل می‌بخشد که با هویت ذاتی و واقعی آنها فاصله دارد. نقش‌ها یا اجراها، افراد را به شخصیت مبدل می‌سازند و خود یک شخصیت اجرایی است که از طریق اجرای نقش‌های بی شمار اجتماعی به دست می‌آید.

منظور گافمن از نمایش خود، اشاره به فنونی است که توسط افراد و گروه‌ها برای معرفی خود به دیگران اجرا می‌شود (لافی، ۱۳۹۶ ه.ش، ص ۱۴۸). از نظر گافمن، «خود اجرا شده» به عنوان تصویری معتبر از «خود» است که فرد در صحنه تلاش می‌کند دیگران را به پذیرش آن متقاعد سازد و آنان بر اساس این تصویر خودی را به فرد نسبت می‌دهند. گافمن اشاره می‌کند که «خود» به مثابه یک «شخصیت اجرا شده»، یک تأثیر نمایشی است که به شکلی مبهم از صحنه اجرا منتج می‌گردد (گافمن، ۱۳۹۱ ه.ش، ص ۲۸۱ - ۲۸۲). راودراد و گیشنیزجانی (۱۳۹۶) استراتژی‌های کاربران برای بازنمود بدنشان در اینستاگرام را در سه بعد اجتماعی، نمایشی و زیبایی‌شناختی طبقه‌بندی کرده‌اند و در بعد اجتماعی، استراتژی آشکارسازی؛ بعد نمایشی، استراتژی‌های پنهان‌سازی، ورزیدگی و اغواگری و بعد زیبایی‌شناختی استراتژی زیبایی‌شناختی، را مشخص نموده‌اند (راودراد و گیشنیزجانی، ۱۳۹۶ ه.ش، ص ۲۹۹ - ۳۰۱).

با توجه به مباحث نظری مطرح شده، مؤلفه‌های هویتی دسته‌بندی شده‌اند، ابعاد و مصادیق آنها احصا شده و در جدول مؤلف ساخته زیر انواع آنها تعریف شده‌اند:

جدول شماره ۱: مؤلفه‌های هویت

نوع هویت	بعد هویت	تعریف هویت
قومی	-	مجموعه شاخصه‌های یک گروه انسانی مانند نمادها و پوشش مشترک، نژاد مشترک، اسطوره، گویش مشترک و سکونت در یک سرزمین
ملی	سرزمینی	تعلق خاطر (احساسی) و دانش (آگاهی) نسبت به مرز و بوم، خاک، میراث فرهنگی، آداب و رسوم، نمادها، اسطوره‌های ملی و حوادث و بناهای تاریخی یک کشور
	سیاسی	نسبت با مشروعیت نظام سیاسی یک کشور
جنسی (جنسیتی)	-	مجموعه نگرش‌ها، احساسات و رفتارها در نسبت با جنسیت فرد در جامعه که تابع تعاریف، قراردادهای، شرایط و ملاحظات فرهنگی است.
نمایشی	آشکار	حضور کامل جسمانی کاربر
	پنهان	پنهان سازی بخش‌هایی از بدن و صورت
	چهره	تمرکز بر صورت با آرایش غلیظ یا معمولی، آرایش موها و استفاده از فیلترهای نرم افزار
	اغواگر	اشاره‌های جنسی مستقیم و غیرمستقیم مانند ژست‌ها و رقص‌های تحریک‌آمیز، تأکید بر اندام خاص جنسی با زاویه نزدیک دوربین، پوشش تحریک‌آمیز
	ورزیده	نشان دادن اندام ورزشی و ژست‌های زیبایی اندام

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش با استفاده از روش نشانه‌شناسی بارت، پروفایل‌ها، پست‌ها، استوری‌ها و هایلایت‌های منتخب از صفحات نوجوانان اینستاگرامی تحلیل شده‌اند. از نظر بارت جلوه‌های ویژه، ژست‌ها، اشیاء، زیبایی‌نمایی، هنری‌نمایی و همسازی از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند و از طریق آنها می‌توان پیام‌های صریح و ضمنی متن را دریافت (بارت، ۱۳۸۹ ه.ش، ص ۱۵ - ۱۶).

بارت سه گونه پیام را در خوانش عکس معرفی می‌کند: پیام زبانی، پیام شمایی رمزگان‌مند و پیام شمایی بدون رمزگان. از نظر او پیام شمایی همان پیام عینی یا بدون رمزگان است که رسانای معنای صریح عکس می‌باشد؛ پیام شمایی رمزگان‌مند، همان پیام نمادین است که معنای ضمنی تصویر را بیان می‌کند (بارت، ۱۳۸۹ ه.ش، ص ۴۱ - ۴۲).

در سطح پیام عینی، پیام زبانی با توصیف صریح تصویر و لنگرسازی برای تمام معانی ممکن و صریح یک ابژه مطابقت دارد و به شناسایی تمام و کمال صحنه و عناصر آن یاری می‌رساند. در سطح پیام نمادین، پیام زبانی ابزاری برای تأویل و تفسیر است و مانعی ایجاد می‌کند که تکثیر معناها را ضمنی را مختل می‌سازد. از نظر او کارکرد اساسی لنگرسازی، کارکردی توضیحی دارد و جنبه‌ای کاملاً ایدئولوژیک می‌یابد؛ در این حالت متن خواننده را در میان مدل‌های تصویر رهنمایی می‌کند، او را وامی‌دارد تا برخی مدل‌ها را بپذیرد، برخی دیگر را در نظر نیاورد و وی را به سمت معنایی از پیش تعیین شده رهنمون سازد. بارت به کارکرد جریان‌سازی که بیشتر در سینما اهمیت دارد نیز اشاره می‌کند که در آن دیالوگ صرفاً کارکرد ساده توضیحی ندارد، بلکه با تدارک معانی‌ای که در تصویر یافت نمی‌شوند، وقایع و رویدادها را در توالی و پیوستگی پیام‌ها پیش می‌برد (بارت، ۱۳۸۹ ه.ش، ص ۴۳ - ۴۶).

در اینستاگرام هشتک‌ها، متن‌نویس‌ها و زیرنویس‌ها، با کارکرد لنگرسازی و دیالوگ‌ها و موسیقی‌ها با کارکرد جریان‌سازی، در سطوح پیام‌های صریح، ضمنی و ایدئولوژیک،

خواننده را در شناسایی پیام و تثبیت زنجیره مدلول‌ها کمک می‌کنند و او را به انتخاب معنا از میان معانی محتمل رهنمون می‌سازند.

در پژوهش حاضر اشیاء، ژست‌ها، جلوه‌های ویژه، زیبایی‌نمایی و همسازی در محتوای صفحات نوجوانان اینستاگرامی تحلیل، دلالت‌های آشکار و پنهان آنها مشخص، معانی صریح و ضمنی استخراج و بر اساس آنها شیوه بازنمایی انواع هویت و ابعاد آنها تعیین شده است.

بارت فرمول مشهور سوسور یعنی دال/مدلول/نشانه را به این فرمول تبدیل می‌کند: معنا - شکل/مفهوم/دلالت (اباذری، ۱۳۸۰ه.ش، ص ۱۴۰). هنگامی که دلالت ثانویه به شکل بدیهی درآید، معمولی و طبیعی جلوه می‌کند و این دلالت‌های ثانویه به مثابه راهنمایی از معانی درمی‌آیند که به جهان معنا می‌دهند. در این حالت به آنها اسطوره گفته می‌شود (بارکر، ۱۳۹۵ه.ش، ص ۱۷۰). اسطوره‌ها جهان بینی‌های خاص، افکار و ایده‌های فرهنگی را طوری به جریان می‌اندازند که تغییر ناپذیر به نظر برسند و برساخته‌های فرهنگی‌ای هستند که ممکن است به شکل حقایق جهان شمول به نظر برسند. دلالت اسطوره‌ای از نظر بارت را می‌توان در جدول شماره دو خلاصه نمود.

جدول شماره ۲: دلالت اسطوره‌ای

	مدلول	دال
مفهوم	نشانه / دال	
دلالت / اسطوره		

جامعه مورد مطالعه تحقیق، نوجوانانی هستند که در شبکه اجتماعی اینستاگرام صفحه شخصی دارند. نمونه‌گیری از نوع نظری هدفمند و غیرتصادفی است و تا آنجا پیش رفته که محقق به اشباع نظری رسیده است. با شناسایی ۲۰۰ صفحه اینستاگرامی مربوط

به نوجوانان رده سنی ۱۲ تا ۱۸ ساله و حذف صفحات غیرفعال یا صفحاتی که والدین مدیریت می‌کردند، نمونه‌گیری از میان ۱۲۳ صفحه انجام شده و تعداد ۳۵ صفحه اینستاگرامی که دارای تنوع لازم برای رسیدن به اشباع نظری بودند، انتخاب شده است. در نهایت نمونه‌گیری از میان پروفایل‌ها (profiles)، پست‌ها (posts)، استوری‌ها (stories) و هایلایت‌های (highlights) به اشتراک گذاشته شده طی مدت یک سال و نه ماه منتهی به فیلترینگ اینستاگرام انجام شده و حدود ۳۰۰ محتوا شامل عکس، ویدئو و متن نوشتاری از میان صفحات انتخاب شده، تحلیل و بررسی شده‌اند.

یافته‌های پژوهش

در این بخش برای نمونه، محتواهای منتخب از صفحات چهار نوجوان اینستاگرامی تحلیل شده‌اند:

صفحه سامی: در پروفایل این صفحه، اسم سامی و سه حرفهٔ بازیگری، مدل و ورزشکار درج شده است. تعداد دنبال‌کنندگان (۸۰,۵k) و تعداد دنبال‌شوندگان (۵۶۴) نفر هستند، ۵۰ پست و ۱۵ هایلایت در صفحه به اشتراک گذاشته شده است. سامی خود را «پسر مؤدب اینستا معرفی می‌کند». یک سمت موهایش بلند است و سمت دیگر کوتاه که خاص بودن ظاهر او را نشان می‌دهد. در یکی از پست‌ها او به همراه دوستانش در حال اجرای دابسمش و حرکات رقص مانند و در حالی است که موهایش باز و لباس و کفش خردلی و شلوار جین پوشیده است. دوگانگی جنسیتی در ظاهر و رفتار او بر هویت جنسی دلالت می‌کند.

در پست «من فرزند ایران هستم»، پرچم به اهتزاز درآمده ایران نشان داده می‌شود که بر روی آن تصویر سامی حک شده است و آهنگ حماسی سالار عقیلی با عنوان «وطنم ای شکوه پابرجا ...» بر روی آن میکس شده است. این پست دلالت بر ایران دوستی، افتخار به ایرانی بودن و عرق به سرزمین مادری دارد و نمایانگر هویت ملی (سرزمینی) است. عکس سامی باکت و

شلوار و پاپیون در وسط پرچم بر مفصل‌بندی و ارتباط میان هویت ملی و نمایش خود دلالت می‌کند؛ به گونه‌ای که هویت ملی از طریق نمایش خود بروز پیدا کرده است.

موسیقی متن با کارکرد جریان‌سازی به تدارک معانی‌ای که در تصویر یافت نمی‌شوند و تکمیل معانی آن کمک می‌کند و بر تاریخ، شکوه، ابهت، اقتدار و عظمت ایران دلالت می‌کند. عبارات «من فرزند ایران هستم» در زیر پرچم و «وطنم زنده باد» در زیر نویس ویدئو، بالنگر سازی برای مدلول‌ها، موجب تثبیت مدلول «وطن دوستی و افتخار به ایرانی بودن» می‌شوند.

تصویر سامی در پرچم ایران، نشان می‌دهد که پرچم به عنوان نماد ایران، فرزندانش را در خود جای داده و آنان را دربر گرفته است؛ سامی نیز بسان قهرمان ملی در مرکز پرچم قرار گرفته است. برخلاف تحلیلی که بارت از عکس سرباز فرانسوی بر روی مجله پاری میچ ارائه می‌دهد و سرباز را نماد استیلاگری فرانسه می‌داند، در اینجا معنا خود را پنهان نمی‌کند. نشانه مرتبه اول به عنوان دال مرتبه دوم از معنا تهی نمی‌شود و معنای آن دور نمی‌شود؛ زیرا که فرد سامی در مرکز قرار داد و مخاطب با ویژگی‌های ظاهری و هویت فردی او، از طریق صفحه اینستاگرامش آشناست. به عبارت دیگر، معنا و فرم حضوری هم‌زمان در کنار یکدیگر دارند. از نظر بارت، معنا و فرم در کنار یکدیگر به جای نمود، حضور را نشان می‌دهند که در این ویدئو بر حضور اقتدار و شکوه ایران دلالت می‌کند. این پست در سطح اسطوره‌ای، اسطوره ملی‌گرایی و ایران دوستی را بازتولید می‌کند.



جدول شماره ۳: تحلیل نشانه شناختی

محتوا	دال	مدلول	لنگرسازی	جریان سازی	هویت بازنمایی شده
پست اجرای دابسمش	ترکیب موی کوتاه و بلند به همراه رقص	دوگانگی جنسیتی در ظاهر و رفتار	«پسر مؤدب اینستا اومد»	آهنگ شادمهر عقیلی	جنسی و نمایش خود (آشکار)
پست فرزند ایران	تصویر سامی بر روی پرچم ایران	عرق به سرزمین مادری، وطن دوستی و افتخار به ایرانی بودن	«من فرزند ایران هستم» «وطنم زنده باد»	آهنگ حماسی سالار عقیلی	ملی (سرزمینی) و نمایش خود (چهره)

جدول شماره ۴: دلالت اسطوره ای

تصویر سامی در مرکز پرچم ایران	وطن دوستی و افتخار به ایرانی بودن
حضور اقتدار و شکوه ایران با فرزندان ایران	هویت ملی
ملی گرایی و ایران دوستی	

صفحه امیر: امیر در پروفایل این اطلاعات را از خود ارائه داده است: sportperson، کشتی گیر، دولیاری، تاریخ تولد ۲۰۰۵ و عبارت this world is full of fake person. امیر ۴ پست به اشتراک گذاشته، ۱۵۳۰ دنبال کننده و ۱۹۳ دنبال شونده دارد.

امیر در پست نژاد پاک، لباس لری ویژه قوم دولتیاری پوشیده، تفنگ شکاری در دست دارد و در طبیعت عکس گرفته است؛ در شرح عکس نیز متن «گفتم نژاد پاکت؟ گفتا که دولیاری. گفتم که از چه قومی؟ گفتا که ایل باوی» آمده است. این جملات در نقش لنگرگاهی، معنای تصویر را تکمیل، مدلول را مقید و خواننده را به سمت توجه به نژاد پاک دولیاری و ایل باوی راهنمایی می کند. نشانه های موجود بر اصالت ایل باوی و لر بودن

دلالت دارد و نشان‌دهنده افتخار به قومیت، ایل و تبار، دلیری و جنگاوری است. در سطح اسطوره‌ای، این پست اسطوره قومیت‌گرایی و دلاوری قوم لر را بازتولید می‌کند. در هایلایت me ادمین، تصاویری از خود در باشگاه (در حال عکس سلفی گرفتن از بدن عضلانی خود)، راه رفتن روی برف، لباس ورزشی حضور در دشت و صحرا به اشتراک گذاشته است. تصاویر تمرینات روزانه برای آمادگی جسمانی با لباس ورزشی و کشتی و نمایش بدن عضلانی بر هویت نمایشی (ورزیده) دلالت می‌کنند.



جدول شماره ۵: تحلیل نشانه‌شناختی

محتوا	دال	مدلول	لنگر سازی	هویت بازنمایی شده
پست نژاد پاک	لباس لری و تفنگ	افتخار به قومیت و اصالت، دلاوری و جنگاوری	گفتم نژاد پاکت... پاکت...	قوم، نمایش خود (آشکار)
هایلایت me	بدن عضلانی	ورزشکار بودن، تمرینات سخت	-	نمایش خود (ورزیده)

جدول شماره ۶: دلالت اسطوره‌ای

امیر بالباس محلی و تفنگ	نژاد پاک، دلاوری و جنگاوری قوم لر
حضور امیر در جایگاه فردی از قوم لر	هویت قومی
قومیت‌گرایی و دلاوری قوم لر	

صفحه سما: سما در پروفایل خود را با این جملات معرفی می‌کند: «سما/ بلاگر، تو پیج من با شلوار راحتی بیا، چون قراره حالا حالاها بمونی، اینم پیج آرایشگریم»، تعداد دنبال‌کنندگان (فالوئرها) ۱۱,۸ k و تعداد دنبال‌شوندگان (فالوئینگ‌ها) ۲۷۶ نفر است و ۱۱۰ پست در صفحه منتشر شده است. هفت هایلایت با نام‌های (استوریام، مدرسه، من کی‌ام، چالش، ادیتاتون، استوریام و تبلیغات) نیز در صفحه وجود دارد. کاور بیشتر پست‌های صفحه، عکس پرت‌رۀ سما با آرایش‌ها و ژست‌های مختلف است و نمایش خود در صفحه او برجسته شده است.

سما در ویدئوی «دختر بودن جرمه!»، کلاه و لباس مشکی به تن دارد که ناراحتی، عزا و غمگین بودن او را نشان می‌دهد. او برای همدردی با دخترانی که از سوی نزدیکانشان کشته شده‌اند، لب‌ها، دور چشمان و بخش‌هایی از صورتش را قرمز کرده است که دلالت بر خشونت فیزیکی، کتک خوردن و مورد آزار و اذیت قرار گرفتن دختران دارد. در این ویدئو او به وضعیت و شرایط دختران در جامعه ایرانی اعتراض می‌کند و در حالی که سخن می‌گوید، عکس‌های دختران نیز نمایش داده می‌شود. در آخر ویدئو، آهنگی کوتاه از محمدرضا شایع پخش می‌شود؛ سما متنی را روایت می‌کند که در آن عبارات «چرا باید خودکشی و قتل دختران این قدر زیاد باشه؟، تنها گناه بودن ما دخترانه که تحمل می‌کنیم؟ درد

ضعیف بودن، درد انتخاب شدن، چرا هنوز هم به خاطر تعصبات، جان یک دختر بی‌گناه توسط نزدیکانش گرفته می‌شه؟ کی مقصره؟ مردم، جامعه یا خانواده؟ کاش ازشون می‌پرسید دلیل این کارشون چیه؟ لعنت به این جهل که پایان نداره. کاش محیط امن جامعه را خودتون درست می‌کردید!» بر اعتراض به وضعیت و شرایط اجتماعی دختران دلالت دارد و هویت جنسی را بازنمایی می‌کند.

عبارت «دختر بودن جرمه» با خط درشت و در مرکز تصاویر دختران در نقش لنگر سازی، مدلول‌های پیام تصویری را مقید و برگناه دختر بودن اشاره می‌کند. از نظر سما، دختران به دلیل جنسیت خود و بدون هیچ جرم دیگری مورد ظلم قرار می‌گیرند. سما تصویر خود را در جایگاه نماد یک دختر آسیب‌دیده در مرکز تصاویری از دخترانی که بدان‌ها ظلم شده است، قرار می‌دهد و با آنان هم‌ذات‌پنداری می‌کند. متنی که سما در جایگاه راوی قرائت می‌کند، کارکرد جریان سازی دارد، تصاویر را توضیح می‌دهد و پیام آن را واضح و مشخص بیان می‌کند. این پست در سطح اسطوره‌ای به دلیل تأکید بر ظلم و تبعیض علیه زنان، اسطوره فمینیسم را دیکال را بازتولید می‌کند.



جدول شماره ۷: تحلیل نشانه شناختی

محتوا	دال	مدلول	لنگر سازی	جریان سازی	هویت بازنمایی شده
پست دختر بودن جرمه	کلاه و لباس مشکی، قرمز کردن دور چشم و صورت	ناراحتی، عزا، غمگین بودن، کتک خوردن، مورد آزار و اذیت قرار گرفتن و مظلوم بودن دختران و خشونت فیزیکی علیه آنان، انزجار از تعصبات و آداب و رسوم، عدم امنیت جسمی و روانی دختران، نارضایتی از وضعیت و شرایط دختران در ایران	دختر بودن جرمه	چرا باید خودکشی و قتل دختران این قدر زیاد باشد؟ تنها گناه بودن ما دخترانه که تحمل می کنیم؟ و...	نمایش خود (چهره) و جنسی

جدول شماره ۸: دلالت اسطوره ای

تصویر صورت گریم شده سما در مرکز تصاویر دختران	ظلم علیه دختران
حضور سما در جایگاه نماد دختران آسیب دیده و مظلوم	هویت جنسی
بازتولید ایدئولوژی فمینیسم رادیکال	

صفحه نادیا: نادیا در پروفایل خود را دف نواز و آموزش دهنده «دف» معرفی می کند و از عبارت های «من نادیا»، «به نام ایران»، «عضو گروه بزرگ ارس»، «آموزش ۳۰ ثانیه ای»، «نکته های میلیونی» و «هرآنچه مربوط به دف نوازی است، در اینجا پیدا می شود»، برای معرفی خود و صفحه اش استفاده کرده است. افزون بر تصویر پروفایل، در کل صفحه نیز کاور شش پست، تصویر خود نادیا و دف است. او دانش آموز پایه هفتم است. تعداد

دنبال‌کنندگان (فالوئرها) ۴۳۵۹، تعداد دنبال‌شونده‌ها (فالوئینگ‌ها) ۱۷۵ نفر و تعداد پست‌های او ۱۱ پست است. در تعریف هویت نادیا، هنر و فرهنگ نقش پررنگی دارد؛ همچنین مؤلفه‌های موجود در صفحه، دختري اجتماعي، هنرمند و فرهنگ‌دوست را بازنمایی می‌کند.

«ویدئوی دف‌نوازی با مادر بزرگ»، در یک کارگاه حناسابی در محلی قدیمی و سنتی به نام کوچه مازاری‌ها و حناسابی اتابکی ضبط شده است. نادیا در این ویدئو به همراه مادر بزرگش در حال دف‌نوازی هستند و پشت سر آنها یک آسیاب سنگی قدیمی وجود دارد. حضور مادر بزرگ، آسیاب قدیمی که برای حناسابی به کار می‌رود و فضای تاریخی، بر اهمیت و توجه به فرهنگ، هنر و آداب و رسوم گذشتگان دلالت دارد. مادر بزرگ نماد تجربه و اصالت است که هرآنچه آموخته و تجربه کرده است، به فرزند خود منتقل می‌کند و از سوی دیگر بر قدمت و پیشینه دف‌نوازی در خانواده دلالت دارد. عبارت «دف‌نوازی با مادر بزرگ» با ایموجی قلب در ابتدای ویدئو، به همراه استفاده زیاد از ایموجی قلب در شرح ویدئو (کپشن)، ارتباط صمیمانه و احساسی نادیا با مادر بزرگش را تثبیت و لنگر سازی می‌کند. هویت غالب در این ویدئو ملی (سرزمینی) می‌باشد که در سطح اسطوره‌ای، اسطوره ملی‌گرایی و ایران‌دوستی را بازتولید می‌نماید.

در هایلایت «یزد قشنگم»، پنج ویدئو از مکان‌های دیدنی و تاریخی یزد دیده می‌شود که در هر کدام فضای داخلی و بیرونی و معماری آن برجسته شده است. در اولین ویدئو، نمای کلی از آموزشگاه انوشه (محل یادگیری دف نادیا) را می‌بینیم. فضای بیرونی آن، دیوارهای آجری، حوض آبی با فواره در وسط آن، گلدان‌های کوزه‌ای، قفس پرندگان و ایوان بزرگ نماد خانه‌های قدیمی و سنتی ایرانی است. در بخش‌های بعدی هایلایت، ویدئوهایی از اماکن مذهبی و تاریخی یزد شامل مسجد جامع، مسجد منارگلی، باغ دولت‌آباد و کافه چتر قرار دارد که در آنها عناصر تاریخی، میراث فرهنگی، اشیای قدیمی و حال‌وهوای پیشینیان

منعکس شده است. انتخاب نوع ساز و فضاها بر بازنمایی هویت ملی دلالت می‌کنند و عبارت «یزد قشنگم» نشان‌دهنده علاقه او به زادگاه و هویت قومی و محلی‌اش است.



جدول شماره ۹: تحلیل نشانه‌شناختی

محتوا	دال	مدلول	لنگر سازی	جریان سازی	هویت بازنمایی شده
پست داف نوازی با مادر بزرگ	داف نوازی با مادر بزرگ، محله قدیمی کوچه مازاری ها، سنگ آسیاب قدیمی، کارگاه حناسابی	تجربه خانوادگی در داف نوازی، عشق، ارتباط صمیمانه خانوادگی، پیشینه ساز در خانواده، انتقال تجربه، علاقه به تاریخ و فرهنگ ایران، قدمت و میراث فرهنگی ایران	داف نوازی با مادر بزرگ، تعداد زیاد ایمو جی قلب	صدای داف	ملی (سرزمینی) و نمایش خود (آشکار)
هایلایت یزد قشنگم	آموزشگاه انوشه، مسجد جامع یزد، کافه چتر، مسجد منارگلی، باغ دولت آباد	تلفیق فرهنگ، سنت و هنر، اصالت، دین و هنر، تلاقی سنت و مدرنیته، قدمت تاریخی، دین و هنر، زیبایی، صفا و سرسبزی	یزد قشنگم	-	ملی (سرزمینی) و قومی

جدول شماره ۱۰: دلالت اسطوره‌ای

نادیا، دف و آسیاب	فرهنگ، هنر و میراث ایرانی
نادیا به عنوان فردی علاقه‌مند به فرهنگ، هنر و میراث ایرانی	هویت ملی
ملی‌گرایی و ایران‌دوستی	

در پژوهش حاضر پس از تحلیل نشانه‌شناختی محتواهای به اشتراک گذاشته شده توسط نوجوانان اینستاگرامی، محورها و مصادیق انواع هویت استخراج شده است که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.

هویت قومی: نتایج پژوهش حاضر نشان‌دهنده اهمیت هویت قومی برای نوجوانان ایرانی است و ویژگی‌ها و علایق فرهنگی، محلی و قومیتی که در جامعه پیرامون آنان وجود دارد، از طریق متونی که در اینستاگرام به عنوان یک زیست‌بوم مجازی به اشتراک گذاشته‌اند، به نمایش گذاشته شده است. اشاره به اصالت قومی در معرفی خود، پوشیدن لباس‌های محلی، استفاده از سلاح و ادوات جنگی برای نمایش دلآوری و جنگاوری قومی، از محورهای اصلی بیان هویت قومی هستند. قومیت‌گرایی در مصرف فرهنگی و رسانه‌ای کاربران نوجوان و از طریق موسیقی، زبان، اشعار و گویش‌های محلی نیز بروز یافته است؛ برای مثال اجرای موسیقی گروهی با زبان‌های محلی، دابسمش و استفاده از موسیقی محلی در زمینه ویدئوها، مورد توجه نوجوانان با قومیت‌های مختلف مانند کرد، ترک و بلوچ بوده است.

هویت ملی: نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد در مجموع بعد سرزمینی هویت ملی تقویت شده است که نشان‌دهنده علاقه کاربران نوجوان به تاریخ، فرهنگ و آداب و رسوم ایرانی است. علاقه‌مندی به اماکن تاریخی و میراث فرهنگی، توجه به شاعران و نویسندگان کشور، استفاده از سازها و نواهای وطنی، درج عبارت «به نام ایران» در پروفایل، اجرای موسیقی در عمارت‌های

تاریخی، عکس‌هایی از خانه‌های سنتی قدیمی و بازخوانی اشعار شاعران برجسته ایرانی بر توجه به فرهنگ و هنر ایرانی دلالت دارد. تضعیف بعد سرزمینی هویت ملی به ندرت انجام گرفته است و تحقیر و به‌سخره‌گرفتن آداب و رسوم و رفتارهای ایرانیان در صفحه یکی از کاربران دیده می‌شود. تصویر پرچم ایران می‌تواند بر هر دو بعد سیاسی و سرزمینی هویت ملی دلالت می‌کند و در صفحات برخی کاربران به‌ویژه در پروفایل آنان قرار دارد. تصاویری از مقام معظم رهبری و شهید سلیمانی بر بعد سیاسی هویت ملی اشاره دارند. اشاره به مرگ مهسا امینی و وضعیت زنان نیز بر تضعیف بعد سیاسی هویت ملی دلالت می‌کنند.

هویت جنسی: ظاهر زنانه پسران در آرایش صورت، موها، ژست‌ها و حرکات آنان به‌ویژه در دابسمش‌ها دیده می‌شود. نمایش خود اغواگرانه با پوشش‌های باز و رقص‌ها و ژست‌های تحریک‌آمیز در دختران نوجوان رایج است. اعتراض به وضعیت و شرایط اجتماعی دختران و زنان، ظلم و تبعیض علیه آنان و اشاره به مرگ مهسا امینی و شعار زن، زندگی، آزادی، نیز بر هویت جنسی دلالت می‌کنند.

هویت نمایشی: نمایش خود در این پژوهش بیشتر به صورت نمایش چهره، آشکار و اغواگر است و نمایش پنهان و ورزیده کمتر دیده می‌شوند. نمایش چهره با تمرکز روی صورت آرایش‌شده فرد و با استفاده از امکانات اینستاگرام برای زیباتر شدن تصویر بوده است. در نمایش آشکار، بدن و پوشش، تزئینات و زیورآلات نیز مشخص است. پوشش‌های باز دختران که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر اندام‌های جنسی آنها اشاره دارد و همچنین رقص‌ها و ژست‌های تحریک‌آمیز آنان، بر نمایش خود اغواگر دلالت می‌کنند. نمایش خود ورزیده بیشتر در پسران دیده می‌شود و از طریق نمایش عضلات شکم، اندام‌های ورزشی و تمرینات بدنسازی در باشگاه ورزشی بروز یافته است. نمایش پنهان نیز بیشتر جنبه هنری داشته است. افزون بر عکس‌ها به‌ویژه سلفی، بسیاری از کاربران از طریق دابسمش موسیقی‌های محبوبشان خود آرمانی‌شان را به نمایش گذاشته‌اند.

در جدول شماره ۱۱ محورهای انواع هویت دسته‌بندی و ارائه شده‌اند.

جدول شماره ۱۱: محورها و مصادیق انواع هویت

نوع هویت	محورها و مصادیق بازنمایی شده
قومی	• اشاره به اصالت قومی در معرفی خود • استفاده از عباراتی مانند «کهنه‌های ریشه‌دار» و «نژاد پاک» در زیرنویس تصاویر • تصاویری از خود با ادوات جنگی مانند اسلحه برای تأکید بر دلاوری و جنگاوری - ایل باوی و بلوچ • پوشیدن لباس‌های محلی مانند کردی، لری و بلوچ • دابسمش موسیقی محلی قومیت خود مانند کردی و ترکی به‌ویژه در آیین‌ها و مناسبت‌های مذهبی • دابسمش و پوشش موسیقی دیگر اقوام مانند کرمانجی‌ها • استفاده از زبان و گویش‌های محلی مانند ترکی و کردی و اجرای گروهی موسیقی محلی مانند ترکی • استفاده از موسیقی محلی مانند بلوچی در ویدئوها و به اشتراک‌گذاری آثار نمایشی به زبان محلی مانند ترکمن
ملی	• اشاره به میراث فرهنگی، هنر و معماری سنتی ایرانی • تصویر پرچم ایران و متن نوشته‌هایی درباره ایران • استفاده از سازها و نواهای وطنی مانند دف • تصاویری از حضور در عمارت‌های تاریخی مانند ارگ کریم خان • تصاویری از مشاهیر و هنرمندان ایرانی مانند شجریان • اشاره به وضعیت دشوار زنان و مرگ مهسا امینی • تصاویر و متونی از شخصیت‌های ملی و سیاسی مانند مقام معظم رهبری و شهید سلیمانی

نوع هویت	محورها و مصادیق بازنمایی شده
جنسی	• ظاهر، حرکات زنانه پسران • پوشش و ژست های اغواگرانه دختران • مرگ مهسا امینی و شعار زن، زندگی، آزادی • ظلم و تبعیض علیه زنان به دلیل تعصبات، شرایط و آداب و رسوم اجتماعی
نمایشی	• بیشتر به صورت نمایش چهره و آشکار در دختران و پسران و همچنین اغواگر در دختران • جنبه هنری در نمایش خود پنهان • خود ورزیده بیشتر در پسران از طریق نمایش عضلات و اندام های ورزشی • نمایش خود ایده آل از طریق سلفی، دابسمش و رقص با استفاده از فیلترها و امکانات اینستاگرام

بحث و نتیجه

نوجوانانی که در این پژوهش بررسی شده اند، ترجیح داده اند به جای به اشتراک گذاری پست های اینستاگرامی، از قابلیت استوری بهره جویند و تعداد پست هایی که به اشتراک گذاشته اند، بسیار کمتر از استوری ها بوده است. گذرابودن، زندگی بداهه وار در لحظه و به اشتراک گذاری احوالات روزمره، ویژگی های اصلی استوری هستند. همان گونه که ابراهیم اشاره می کند، امر معمولی، پیش پا افتاده و روزمره به بخش اساسی و مهم ارتباطات نوجوانان مورد بررسی و ابزاری برای شکل دادن به پیوندهای اجتماعی آنان تبدیل شده است. خود همواره از طریق امر روزمره تولید، تجدید و سرهم بندی می شود و سلفی به مثابه راهبردهای کاربران نوجوان برای اجرای مجدد «خود» بوده است. تحلیل پژوهش حاضر نشان می دهد نوجوانان مورد بررسی با ابژه کردن خود، خویشتن را در معرض نگاه خیره دیگران قرار داده اند و از طریق دست کاری و سانسور کردن مواردی که تمایلی به افشای آنها نداشته اند، خود

ایده‌آل‌شان را بازنمایی کرده‌اند. نمایش تصاویر گزینش، اصلاح و پالایش شده با استفاده از امکانات اینستاگرام را می‌توان تلاش نوجوانان برای جایگزینی «من مجازی» به جای «من واقعی» به شمار آورد. آنان از فیلترهای اینستاگرام برای زیباتر کردن صورت یا پوشاندن بخشی از آن، تزئین موها و ایجاد شخصیت‌های فانتزی مانند پروانه یا گوش‌هایی شبیه به گربه بالای سرشان استفاده کرده‌اند.

در صفحات مورد بررسی از نوجوانان اینستاگرامی، خودبیانگری صورتی نمایشی یافته است، ابراز هویت از طریق نمایش خود، پرتکرارترین شکل بازنمایی هویت بوده و مصرف موسیقی به اشکال مختلف مانند اجرای دابسمش از رایج‌ترین راهبردهای آنها برای اجرا، ارائه خود بوده است. هسته هویتی پژوهش حاضر، «نمایش خود» است و در موارد قابل توجهی، دیگر انواع هویت از طریق آن ظهور و بروز یافته‌اند. اینستاگرام فضایی برای خلق هویت‌های تصویری گذرا برای نوجوانان ایرانی فراهم آورده است. تصاویر اینستاگرامی با فرایند شکل‌گیری «خود» در دوره نوجوانی همراه شده است و کاربران نوجوان با اشتراک‌گذاری عکس‌ها و ویدئوهای خود، هویتی تعاملی و پویا را بر ساخته‌اند که از طریق این سکودر حرکت و تغییر مداوم است.

همان‌گونه که ون‌دایک بیان می‌کند، در پژوهش حاضر نوعی متفاوت از ساخت هویت در صفحات بررسی شده از نوجوانان اینستاگرامی دیده می‌شود و با به اشتراک‌گذاری عکس‌ها و ویدئوها به ویژه در استوری‌ها، فرهنگ داستان‌گویی دیداری از زندگی روزمره کاربران نوجوان، ایجاد شده که کل جریان عکاسی را برای ارائه روایت‌هایی از زندگی آنان جهت داده است.

مفصل‌بندی، ارتباط عناصر مختلف هویت با یکدیگر و درهم‌آمیختگی آنها در پژوهش حاضر دیده می‌شود؛ برای مثال تضعیف بعد سیاسی هویت ملی و انتقاد از اوضاع سیاسی و شرایط اجتماعی کشور از طریق مسئله جنسیت و اشاره به ظلم و تبعیض علیه دختران و زنان انجام گرفته است. با توجه به یافته‌های این پژوهش، نوجوانان مورد بررسی در اینستاگرام

مجموعه‌ای از نشانه‌هایی را که در ظاهر متعارض به نظر می‌رسند، تلفیق و آنها را در کنار یکدیگر حفظ کرده‌اند که بیان‌کننده درهم آمیختگی هویت‌های متفاوت و حضور هم‌زمان هویت‌های چهل تکه، متکثر و حتی متضاد است. در تحلیل این مسئله می‌توان گفت آنان هر لحظه اراده کنند، اکنون خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند و لحظه برایشان تبدیل به سوژه‌ای برای برقراری ارتباط می‌شود. به عبارتی زندگی در لحظه می‌تواند تعارض‌ها و تفاوت‌ها را در خود جذب نماید.

با تحلیل یافته‌های این پژوهش، نگارنده به منظور تبیین چگونگی بازنمایی هویت نوجوانان اینستاگرامی، از اصطلاح «لحظه - نمایش» استفاده می‌کند. هویت‌های کلاژگونه نوجوانان مورد بررسی ذیل این مفهوم قابل توجیه هستند؛ زیرا بر ساخت آنان از طریق تولید و نمایش خود در لحظه صورت می‌گیرد. نوجوانان برای ساختن لحظه اکنون با استفاده از آنچه که امروز موج یا آیین است (مانند چالش تغییر در شبکه‌های اجتماعی) هر نشانه‌ای را که اراده کنند، به استخدام خود در می‌آورند تا همراه با به اشتراک‌گذاری اکنون، «خود» را نیز وارد قلمروهای زیبایی شناختی نمایند، آن را اجرا نموده و نوع آرمانی «خود» را با دیگران به اشتراک بگذارند. از نظر کاستلز، در شبکه‌های اجتماعی مجازی محلی‌گرایی و جهانی شدن هم‌زمان در حال گسترش هستند. نتایج این پژوهش نیز نشان می‌دهد که در صفحات مورد بررسی، اینستاگرام بستری برای تقویت خاص‌گرایی‌های فرهنگی بوده است؛ از یک سو با تشدید تعلقات و ارتباطات فراملی، هویت جهان وطن‌گرایی گسترش یافته است؛ از سویی دیگر با استفاده از امکانات جدیدی که در اختیار گروه‌های کوچک‌تر و خرد قرار گرفته است، هویت‌های محلی‌مجال برای بروز و تجلی خویش یافته‌اند. ملی‌گرایی و تعلق به قومیت‌هایی مانند لر، ترک، کرد و بلوچ و با این وجود نشانه‌های جهان وطن‌گرایی مانند موسیقی‌های غربی و کراهی، حیوان خانگی، بابانوئل و گرایش به مد هم‌زمان در محتواهای بررسی شده بروز یافته‌اند.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد معانی ضمنی مرتبه دوم که بارت آنها را دارای دلالت‌های اسطوره‌ای می‌داند، هم می‌توانند نشان‌دهنده اسطوره موردنظر بارت باشند و ایدئولوژی سرمایه‌داری را بازتولید کنند و هم در معنای عام اسطوره، فرهنگ محلی و ملی را بازتولید نمایند. همان‌گونه که بارت به تفاوت بین اسطوره نزد چپ و راست اشاره می‌کند و اسطوره را نزد چپ به گونه‌ای فقیر می‌داند که قادر به رخنه در زوایای زندگی روزمره در ابعاد گسترده نیست؛ درحالی‌که اسطوره‌سازی از نظر او در جناح راست ماهوی است و دنیای بورژوازی، جهانی اسطوره‌زده است؛ تحلیل یافته‌های این پژوهش مؤید تفاوت میان اسطوره‌ها در صفحات بررسی شده در اینستاگرام است.

بارت در اسطوره بورژوازی نوعی پنهان‌کاری و طبیعی جلوه‌دادن را مستتر می‌داند؛ در صفحات تحلیل شده متعلق به نوجوانان نیز پدیده‌هایی مانند نمایش و ابژه‌شدن بدن، تحت تأثیر ایدئولوژی نظام سرمایه‌داری یا نگاه به جنس مؤنث متأثر از ایدئولوژی فمینیسم رادیکال، گرایش‌هایی عام و طبیعی شده به نظر می‌رسند. این جریان‌ها بروز یافته‌اند؛ اما روندهای مخالف آنها دیده نمی‌شوند. از طرف دیگر در این صفحات ملی‌گرایی، ایران‌دوستی و قومیت‌گرایی هرچند از بستر اینستاگرام برای ظهور و تقویت خود استفاده کرده‌اند، اما به روندهایی عام، بدیهی، فراگیر و طبیعی‌سازی شده که حضوری همه‌جایی داشته باشند، تبدیل نشده‌اند؛ زیرا جریان‌های مقابل آنها مانند جهان‌وطن‌گرایی نیز در متونی که این نوجوانان به اشتراک گذاشته‌اند، بروز یافته است.

پیشنهادها

در این پژوهش صفحاتی بررسی شده‌اند که محتوای آنها را خود نوجوانان تولید کرده بودند؛ ازاین‌رو بررسی صفحاتی که محتوایشان با همراهی والدین یا صرفاً توسط والدین درباره نوجوانان تولید شده است، می‌تواند موضوع پژوهش‌های دیگری قرار گیرند. گردش توجه

از محتوا به کاربر به گونه‌ای که کودک یا نوجوان اینستاگرامی و والدین آنها جامعه هدف پژوهشگر باشند، در تحقیقات دیگری می‌تواند انجام شود. بدین منظور نقش اینستاگرام در برساخت هویت، کنشگری اجتماعی، فرهنگ مصرفی کودکان و نوجوانان و همچنین تأثیر اینستاگرام بر روابط خانوادگی و بین نسلی از طریق مخاطب‌پژوهی و تحلیل نظرات والدین، کودکان و نوجوانان می‌توانند موضوعات پژوهش‌های دیگری قرار گیرند.

کتاب‌نامه

- اباذری، یوسف. (۱۳۸۰ ه.ش). «رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی». ارغنون. ش ۱۸.
- ابراهیم، یاسمین. (۱۴۰۰ ه.ش). تولید خود در عصر دیجیتال. ترجمه: سیدابوالحسن فیروزآبادی و حسین حسینی. تهران: پژوهشگاه فضای مجازی.
- احدزاده، اشرف سادات؛ و حسین امامی رودسری. (۱۳۹۵ ه.ش). «ایماژ منفی از بدن، کاربران نوجوان شبکه اجتماعی فیس‌بوک، بررسی نقش واسطه‌گری فاکتور اختلاف از خود». فصلنامه رسانه. س ۲۷، ش ۱. ص ۱۳۱ - ۱۴۸.
- احمدی، حمید. (۱۳۸۸ ه.ش). بنیادهای هویت ملی ایرانی: چهارچوب نظری هویت ملی شهروندمحور. تهران: پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- اطهری، اسدالله؛ و مریم یغموری. (۱۳۹۵ ه.ش). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تعاملات اجتماعی نوجوانان دختر مدارس غیرانتفاعی آموزش و پرورش منطقه یک تهران». دوفصلنامه اسلام و علوم اجتماعی. دوره ۸، ش ۱۵.
- الطائی، علی. (۱۳۸۲ ه.ش). بحران هویت قومی در ایران. تهران: شادگان.
- بارت، رولان. (۱۳۸۹ ه.ش). پیام عکس. ترجمه: رازگلستانی فرد. تهران: نشر مرکز.
- بارکر، کریس. (۱۳۹۱ ه.ش). مطالعات فرهنگی (نظریه و عملکرد). ترجمه: مهدی فرجی و نفیسه حیدری. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

- باقریان فر، مصطفی؛ علی سیادت؛ و یعقوب لهراسبی. (۱۳۹۷ ه.ش). «تبیین مؤلفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان براساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان)». جامعه‌شناسی کاربردی. ش ۴. ص ۷۹-۹۸.
- بصیریان جهرمی، حسین؛ و مرضیه نحوی نظام‌آبادی. (۱۳۹۵ ه.ش). «نشانه‌شناسی عناصر بازنمایی هویت آنلاین: مطالعه کاربران پرتفردار ایرانی در اینستاگرام». فصلنامه رسانه. دوره ۲۷، ش ۴. پاترسون، مارک. (۱۳۹۸ ه.ش). مصرف و زندگی روزمره. ترجمه: جمال محمدی و نرگس ایمانی مرنی. تهران: نشر نی.
- تامپسون، جان بروکشایر. (۱۳۷۹ ه.ش). رسانه‌ها و نوگرایی. ترجمه: علی ایثاری کسمایی. تهران: انتشارات روزنامه ایران.
- تورکل، شری. (۱۳۹۸ ه.ش). تنها در کنار هم. ترجمه: محمد معماریان. تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱ ه.ش). هویت اجتماعی. ترجمه: تورج یاراحمد. تهران: نشر شیراز.
- چلبی، مسعود. (۱۳۷۸ ه.ش). هویت‌های قومی و رابطه آن با هویت ملی در ایران. تهران: دفتر امور اجتماعی وزارت کشور.
- حاجیان، ابراهیم. (۱۳۸۸ ه.ش). جامعه‌شناسی هویت ایرانی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۸۶ ه.ش). فرهنگ مطالعات جوانان. تهران: آگه.
- راووداد، اعظم؛ و گلنار گیشنیزجانی. (۱۳۹۶ ه.ش)، «گونه‌شناسی الگوهای بازنمایی بدن رسانه‌ای کاربران ایرانی شبکه اجتماعی اینستاگرام». مطالعات رسانه‌های نوین. ش ۱۰.
- فرقانی، محمد مهدی؛ و ربابه مهاجری. (۱۳۹۷ ه.ش). «رابطه میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان». مطالعات رسانه‌های نوین. ش ۱۳.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰ ه.ش). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ؛ ظهور جامعه شبکه‌ای. ج ۱. ترجمه: احد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: انتشارات طرح نو.

کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۳ ه.ش). قدرت ارتباطات. ترجمه: حسین بصیریان جهرمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

کیا، علی اصغر؛ و مرسله نیکبخش. (۱۴۰۲ ه.ش). «مردم‌نگاری فرهنگ شبکه‌ای کاربران ایرانی اینستاگرام». مطالعات رسانه‌های نوین. س ۹. ش ۳۳.

گافمن، اروینگ. (۱۳۹۱ ه.ش). نمود خود در زندگی روزمره. ترجمه: مسعود کیانپور. تهران: نشر مرکز. لافی، دن. (۱۳۹۶ ه.ش). موضوعات کلیدی در نظریه رسانه‌ها. ترجمه: یونس نوربخش. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

لالر، استف. (۱۳۹۴ ه.ش). هویت: دیدگاه‌های جامعه‌شناختی. ترجمه: مهناز فرهمند. تهران: جامعه‌شناسان.

لیور، تاما؛ تیم هایفیلد؛ و کریستال ابیدین. (۱۴۰۰ ه.ش). اینستاگرام: فرهنگ‌های رسانه‌های اجتماعی دیداری. ترجمه: محمد مهدی وحیدی. تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.

A. J. D. Bij de Vaate, Nadia, Veldhuis, Jolanda & A. Konijn, Elly (2023), "Ethno-racial identity and digitalisation in self-presentation: a large-scale Instagram content analysis", Behavior & Information Technology, Volume 42, Pages 2210-2225.

Davies, Sophie Rose (2017), *Consuming the Self: A discourse analysis of the self-representation of Instagram bloggers and its relationship to consumer culture*, A dissertation for the degree BA Communication and Media School of Media and Communication, University of Leeds.

Livingston, Sonia and Julian Sefton- Green (2018), *The Class: Living and Learning in the Digital Age*, New York: New York university press.

Márquez, Israel, Lanzeni, Debora & Masanet, Maria-José (2022), "Teenagers as curators: Digitally mediated curation of the self on Instagram", Journal of Youth Studies, Volume 26, Issue 7.

Nilsson, Malin (2016), *First let me take a selfie: Young adults' selfrepresentation on Instagram*, M.sC thesis, Malmo university.

- Serafinelli, Elisa (2015), *Digital life on Instagram: New Sosial Communication of Photography*. Bingley: Emerald.
- Serafinelli, Elisa (2018), *New Mobile Visualities and the Social Communication of Photography: Instagram as a Case Study*, Thesis for the Degree of Doctor of Philosophy In Media, Culture, and Society, The University of Hull.
- Seibel, Bailey (2019), *Insta-Identity: The Construction of Identity through Instagram an Extended Literature Review*, Bachelor of Arts (B.A.) in Communication Studies and University Honors, Communications Department, Portland State University.
- Van Dijck J, (2013), "You have one Identity: Performing the Self on Facebook and LinkedIn", *Media, Culture & Society*, 35(2), 199-215.
- Van Dijck J. (2008): "Digital Photography: Communication, Identity, Memory", *Visual Communication*, 7(1), 57-76.
- Van Dijck J. (2007), *Mediated Memories in the Digital Age: Cultural Memory in the Present*, CA: Stanford University Press.
- Webb, J. (2009), *Understanding Representation*, Thousand Oaks :Sage Publications Ltd.